

## ERIK QUALMAN

# SOCIALNOMICS: HOW SOCIAL MEDIA TRANSFORMS THE WAY WE LIVE AND DO BUSINESS

V knjigi *The long tail* (ocena je bila objavljena v reviji Organizacija znanja, šte. 1–2, letn. 14, 2009) je Anderson ugotovil, da se je trg množične potrošnje spreobrnil v trg množičnih niš. Gre za model dolgega repa, ki vključuje predvsem fenomen individualizacije povpraševanja in odtujevanje osamljenega posameznika v sodobni družbi.

V knjigi *Socialnomics* (Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2009) opisuje Erik Qualman fenomenologijo družbenih mrež (angl. *social media*), procese prehoda s tradicionalnih množičnih medijev in online medijev in posledice uporabe družbenih mrež na naše informacijsko ravnanje v vsakodnevem življenju, poslovanju in politiki.

S pomočjo socialnomskega modela odkrije Qualman, da so družbene mreže, kot so Facebook, MySpace, Twitter, YouTube idr., omogočile premagati odtujenost, h kateri prispeva ponudba v obliki megamarketov, in izraziti našo družbeno naravo.

Tradicionalni množični mediji (radio, televizija, časniki) delujejo po komunikacijskem modelu en vir sporočil – veliko prejemnikov, družbene mreže pa delujejo po modelu veliko virov – en prejemnik.

V teku so spremembe po naslednjem vrstnem redu:

- prehod s tradicionalnih tiskanih medijev na online medije; v tem primeru tekmujejo papirni mediji in online mediji, oboji z naročniškim poslovnim modelom;
- prehod z online medijev na družbene mreže, ki omogočajo brezplačne oz. zelo poceni in hitre informacije; v tem primeru tekmujejo online mediji z naročniškim poslovnim modelom in družbene mreže, katerih uporaba je brezplačna.

Množični mediji se vedno pogosteje odpovedujejo tiskani verziji in obstajajo le online. Tradicionalni časniki in revije se morajo zavedati, da je širjenje novic po družbenih mrežah brezplačno in se zaradi tega morajo premakniti s posredovanja novic na komentarje

o novicah in na tolmačenje njihovega pomena, zato potrebujejo predvsem kolumniste in druge analitike. Informacije na papirju so v odnosu do online informacij zastarele. Vendar so informacije na spletnih straneh, ki jih navajamo v nekem članku ali knjigi na papirju, tudi zastarele, če se spletne strani ne ažurirajo ali jih sploh ni več, in glede na ta vidik moramo tudi online informacije jemati skrajno previdno.

## DRUŽBENE MREŽE IN ISKANJE INFORMACIJ

Iskalni stroji, ki omogočajo hitro in poceni delitev informacij (angl. *sharing of information*), imajo eno veliko slabost, ki se kaže v velikem številu nerelevantnih informacij. Če na prvi strani izpisa rezultatov iskanja na Googlu<sup>1</sup> ni tistega, kar potrebujemo, iskanje ponavadi opustimo, le 5 % uporabnikov pogleda še naslednje strani, na katerih se lahko pojavi relevantni zadetek. Opisano pomanjkljivost iskalnih strojev kompenzirajo družbene mreže zelo uspešno.

Iskanje po neskončni množici spletnih strani na svetovnem spletu se pogosto izkaže za časovno zamudno in neproduktivno delo. S Facebookom pa si čas, ki nam ga v sodobnem življenju primanjkuje, prihranimo, učinkovitost našega vsakodnevnega ravnanja pa povečamo, in sicer tako, da zmanjšamo redundanco pri izbiri proizvoda ali storitve na trgu, ki ustreza naši konkretni potrebi. S tem povečamo produktivnost družbenega ravnanja na sploh. Redundanco v našem vedenju zmanjšujemo tako, da se zgledujemo po izbiri, ki jo je že opravilo večje število znancev in prijateljev, saj iskanja (nekega proizvoda ali storitve), ki so ga že opravili naši prijatelji, ne bomo več ponavljali. Vemo na primer, da je naša prijateljica noseča in da pričakuje deklico. Zaradi te informacije, ki smo jo dobili v družbeni mreži, ne bomo pri naslednjem razgovoru na pikniku z našo nosečo prijateljico zapravljali časa ob dejstvu, da pričakuje otroka, temveč bomo razgovor lahko takoj začeli o drugih rečeh v zvezi z nosečnostjo in rojstvom otroka. Konverzacijo ponavadi začnemo z razgovorom o vremenu, pri komunikacijah v družbenih mrežah smo

bolj neposredni in lahko preidemo takoj k relevantnim stvarim.

Po vključitvi v mrežo YouTube nas zasuje veliko informacij poleg tistih, ki smo jih iskali. Vendar moč socialnomike ni le v online iskanju v realnem času. Socialnomika poganja naše aktivnosti tudi v nasprotno smer – k offline mrežam, kot so knjižni klubi, klubi vrtnarjev, atletski klubi ...

Ljudje pričakujejo in potrebujejo čim lažji dostop do informacij. Ovira, tudi majhna, lahko upočasni in zmanjša naše učinkovito ravnanje, širjenja informacij pa ne more preprečiti. Informacije imajo lastni potencial širjenja po komunikacijskih kanalih, zato novic ni treba iskati, saj nas bodo same našle! (Šercar, 1988). Isto pokaže tudi Qualman.

Pomembna možnost družbenih mrež je označevanje enot, kar predstavlja pomoč pri urejanju informacij na svetovnem spletu. Družbene mreže omogočajo obstoj brezplačnih in hitrejših informacij. Nekateri so mnenja, da Wikipedia ni zanesljiv informacijski vir, vendar je bil v prestižni znanstveni reviji *Nature* objavljen članek (Giles, 2005), v katerem je avtor dokazal, da sta Wikipedia in *Encyclopaedia Britannica* enako zanesljivi. Leta 2009 so celo nastavili wiki različico *Encyclopaedia Britannica*!

Informacije na družbenih mrežah lahko delujejo na dva načina: preventivno (delodajalec na primer ne bo zaposlil blogerja, ker mu nekaj iz njegovega življenja, o čemer piše na mreži, ni všeč) in afirmativno, "bahaško" (oblikuje se podoba, imidž osebe, ki aktivno uporablja družbeno mrežo).

Sporočanje znotraj družbenih mrež poteka lažje kakor po e-pošti, ker se odvija podobno kot pri realnem razgovoru med prijatelji. Družbene mreže nam omogočajo, da z lahkoto opravimo "inventuro" lastnega življenja v katerem koli trenutku.

Zadnjih deset let se je predstavljanje med ljudmi razvijalo takole: na začetku smo si izmenjevali telefonske številke, potem smo izmenjevali e-naslove, danes pa človeka vprašamo, ali je na Facebooku. Družbene mreže nam pomagajo, da smo lažje v stiku z novo osebo, v poslovnem svetu lahko pridobimo preko družbenih mrež več informacij o svojih strankah in potrošnikih kot kadar koli prej.

V svoji evforiji se Qualman ne zaveda možnosti nevarnih zlorab družbenih mrež. Kot vsaka medalja imajo tudi družbene mreže dve plati. Vse je odvisno od namena uporabe, začenši od jedrske energije, genskega inženiringa, računalništva in informatike, saj jih lahko uporabljajo za svoje namene tudi pripadniki

organiziranega kriminala in mednarodnega terorizma, bodisi posamezniki bodisi države.

O možnih zlorabah Facebooka priča zgodba ameriške igralko Dane Delany, ki je postala slavna z vlogo v seriji *Kitajska plaža*. Na vprašanje v intervjuju, ali uporablja družbene mreže na internetu, je slavna igralka odgovorila novinarju revije *Glorija* (Jurčić, 2010): "Imam svojo uradno spletno stran [www.dana-delany.com](http://www.dana-delany.com) in le tam lahko verjamete, da sem to res jaz. Imela pa sem neprijetne izkušnje na Facebooku. Nekdo se je lažno predstavljal z mojim imenom in moje stare prijatelje iz srednje šole prosil, naj mu pošljejo naše skupne fotografije. Informacije so poizkusili izvleči celo od mojih bivših fantov, to pa sem izvedla naključno, ko mi je eden izmed njih poslal e-pošto z vprašanjem, katere fotografije si želim. Bila sem osupla zaradi te nesramnosti. Najela sem zasebnega detektiva, da bi izvedel, kdo mi dela težave, saj je Facebook ščitil svojega uporabnika in ne mene. Ko sem dokazala, da to nisem jaz, so se pri Facebooku strinjali, da ukinejo ta profil. Vendar so se takoj naslednjega dne pojavili trije drugi. To je boj, v katerega se ne želim spuščati. Nikoli nisem odkrila, kdo se skriva za temi profili, čeprav sumim eno osebo."

Online e-knjige imajo enake dobre strani kot digitalna glasba, časniki in revije. Časniki in revije v digitalni obliki so dostopni preko e-čitalnikov z mesečno naročnino, ki je drastično manjša od cene za tradicionalno izdajo na papirju. Treba je pričakovati razvoj novih marketinških oblik, saj učinkovitost enosmernih tradicionalnih kanalov marketinga, kot so televizija, radio in revije, hitro upada. Potrošniki se vedno bolj zanašajo na priporočila strokovnjakov o proizvodih, storitvah, zdravstvenih vprašanjih, ki jih najdejo na družbenih mrežah. Qualman navaja podatek, da danes 76 % ljudi verjame temu, kar govorijo drugi, medtem ko le 15 % zaupa oglaševanju.

Po Qualmanu bodo v socialnomskem svetu zmagali potrošniki in najboljši proizvodi, kar si prizadevamo doseči že od industrijske revolucije! Družbene mreže bistveno prispevajo k zares povezanemu svetovnemu spletu (angl. *truly connected web*). Qualman je prepričan, da večkratno individualno redundanco milijonov ljudi, ki opravljajo iste naloge, lahko odpravijo samo družbene mreže in tako zagotovijo velikanske prihranke. Tudi pri Googlu se zanimajo za tehnologije družbenih mrež, kot sta Facebook in Twitter, in so prepričani, da njihova konkurenčnost v prihodnje ne bo slonela na iskalnih strojih, temveč na njihovih družbenih mrežah.<sup>2</sup>

Eden največjih rezultatov družbenih mrež naj bi bil v področju psihologije osebnosti. Transparentnost in

hitrost informacij, ki jih izmenjujemo znotraj družbenih mrež, lajšajo naše vsakodnevno shizofrenično ravnanje, po katerem smo osebnosti z več identitetami, eno na delovnem mestu, drugo doma, tretjo zunaj s prijatelji. Zdrava osebnost ima le eno podobo in tej podobi naj bi bila zvesta!

Socialnomika zmagovalcev po Qualmanu vključuje dobra podjetja, ki posredujejo proizvode visoke kakovosti, delojemalce, sposobne za timsko delo, urejeno družbo, demokracijo, referalne programe marketinga. Pametna podjetja preusmerjajo denar od tradicionalnega oglaševanja k pobudam za razgovore o njihovih proizvodih znotraj družbenih mrež z uporabniki (kupci), strokovnjaki za kadre, podjetniškimi talenti, uporabniki družbenih mrež v razvoju digitalne politike.

Odrpta, dvosmerna komunikacija, ki jo omogočajo družbene mreže, je učinkovitejša od enosmerne komunikacije ne samo za biznis, ampak tudi za politiko. Qualman si zastavlja vprašanje, kaj se bo zgodilo, ko propade oglaševalska struktura interneta, saj se bodo oglaševalci rajši pogovarjali s svojimi uporabniki (kupci), kot objavljali reklamna sporočila.

## DRUŽBENE MREŽE IN PREDSEDNIŠKE VOLITVE

Brez interneta ne bi bilo zgodovinske in meteorske politične kariere Baracka Obame in brez interneta ne bi postal predsednik ZDA! Socialnomski model družbenih mrež je namreč na več načinov bistveno prispeval k zmagi Baracka Obame na predsedniških volitvah leta 2008 v ZDA.

Znano je, da je Hitler prišel na oblast, ker je izkoristil politično-marketinško moč radia (gre za primer skrajno slabega rezultata uporabe nekega javnega množičnega občila v politiki). John F. Kennedy je prišel v Belo hišo, ker je izkoristil naraščajočo popularnost televizije kot novega medija. V tem primeru gre za dober rezultat uporabe množičnega občila. Pozitiven primer uporabe sodobne komunikacijske tehnologije predstavlja izvolitev Baracka Obame, ki ne bi bil izvoljen za predsednika ZDA brez interneta in družbenih mrež, poleg drugih elektronskih medijev, seveda, v prvi vrsti televizije! Pri oblikovanju javnega mnenja uporabljajo tehnološko napredni politiki mešanico več medijev.

Obama je sprejel družbene mreže od samega začetka, saj so bili časniki, televizija in radio glavni sestavni del političnega stroja Hillary Clinton. Družbene mreže je s pridom uporabljal tako v strankarski kot tudi v nacionalni tekmi za predsednika ZDA. Omogočile so mu slog drobnih finančnih prispevkov (po 5 in 10 ameriških

dolarjev) za financiranje predvolilne kampanje in na ta način je zbral neverjetnih 660 milijonov ameriških dolarjev.

V trenutku izvolitve je imel samo na Facebooku preko 3,1 milijona privrženecov. Na preostalih najpogosteje obiskanih spletnih mestih (prvih 20) pa je imel dodatnih 2,1 milijona privrženecov. McCain je imel istočasno le 614.000 privrženecov. Če vse seštejemo, je imel Obama 5,1 milijona privrženecov, McCain pa manj kot 1 milijon privrženecov. Na MySpace je imel Obama 833.161 prijateljev, McCain 217.811. Razlika med njima na YouTubeu je bila še večja. Obama je imel na spletnem naslovu my.barackobama.com preko 20 milijonov obiskov, medtem ko je bilo na spletnem naslovu johnmccain.com le nekaj preko 2 milijona obiskov. In tako dalje. Temu je treba prišteti obiske na YouTubeu za Obamo, ki jih je bilo skupaj 110 milijonov v trajanju 14,5 milijonov ur! V blogih je bil Obama omenjen skoraj 500 milijonkrat, McCain pa le 150 milijonkrat. Skratka, Barack Obama je prepoznal moč družbenih mrež za mobilizacijo ljudi zelo zgodaj in v slabih štirih letih napredoval od neznanega senatorja do predsednika najmočnejše države na svetu.

Internet, svetovni splet, predvsem pa družbene mreže so kot sredstvo nove digitalne politike za vedno spremenili svet politike in postali njen nepogrešljivi del.<sup>3</sup> Treba je tudi razmišljati o uvajanju online glasovanja, ki bi državi prineslo ogromne prihranke denarja!

Danes je predvolilni molk le sleparjenje neizobraženih množic, saj internet, svetovni splet in ne nazadnje družbene mreže delujejo nepretrgoma kljub nastopu formalnega molka (Že Putin je leta 2000 svojo predvolilno kampanjo za predsednika Ruske federacije po nastopu predvolilnega molka nadaljeval na internetu.).

Leta 1990 so se knjižnice soočile z internetom, leta 1995 s svetovnim spletom, danes pa so gonilo družbene mreže, do česar morajo knjižničarji zavzeti stališče, sicer bodo poraženci v sodobnem socialnomskem svetu.

## Opombe

- 1 Dosedanji zmagovalci v tržnem tekmovanju med iskalnimi sistemi je, kot vemo, Google, se pa razvija zelo počasi, saj so na prvem mestu čim večje dividende delničarjem, potem šele naložbe v razvoj.
- 2 Redundanco zmanjšujemo tudi evolucijsko. Znan je algoritem učenja BEAGLE (Biological Evolutionary Algorithm Generating Logical Expressions) Richarda Forsythja (1986). Številne gene-racije ponavljajo neki niz postopkov za evalvacijo pravil

ali novih kombinacij pravil z obstoječimi ali na novo naučenimi podatki. Vsaka generacija s tem postopkom razvršča pravila po padajočem vrstnem redu in opusti spodnjo polovico. Spodnja polovica se potem zamenja z novim nizom pravil, ustvarjenih s kombinacijo različnih pravil iz zgornje polovice. Pravila v zgornji polovici, z izjemo pravila, ki je na samem vrhu, se rahlo spreminjajo (mutirajo). Potem se vsa pravila "pospravijo" z izločanjem določenih redundanc in je sistem spet pripravljen, da naslednja generacija izvede novi cikel. Forsythov program oponaša evolucijo v življenju. V primeru socialnomike oponašamo izbore, ki so jih opravili drugi ljudje, ki jim zaupamo, in na ta način odpravimo redundantno ravnanje.

- 3 Prehod politike v digitalni prostor potrjuje tudi nova svetovna afera Cablegate, ki zajema depeše med predstavniki zunanje politike ZDA in drugimi državami, vključno s Slovenijo. Depeš je okrog 2.000. Afero je sprožila objava dokumentov iz anonimnih virov, ki so drugače nedostopni na spletnih straneh mednarodne medijske organizacije WikiLeaks (WikiNovice), ki jo je ustanovil Julian Assange leta 2006. Baza podatkov WikiLeaks ima danes več kot 1,2 milijona dokumentov. WikiLeaks je do sedaj prejel številna prestižna priznanja in nagrade in po mnenju nekaterih lahko te spletne strani popolnoma spremenijo svet novic! Sumijo, da je dokumente iz diplomatske sfere WikiLeaksu predal ameriški vojak Bradley E. Manning. Dokumente naj bi zapekel na ceđeje pop pevke Lady Gaga. Če bo Manning obsojen za domnevno kiberkriminalno dejanje, ga čaka do 52 let zapora. V intervjuju za revijo Forbes je Assange napovedal, da so na vrsti razkritja tudi v zasebnem sektorju. Ta naj ne bi bila tako odmevna kot politična razkritja, vendar bodo lahko imela uničujoče posledice za marsikatero podjetje ali banko.

## Reference

- [1] Giles, J. (2005). Internet Encyclopaedias Go Head to Head. *Nature*, December 15.
- [2] Jurčić, J. (2010). Ekskluzivni intervju: Dana Delany. Pokušali su me prevariti na Facebooku. *Glorija* 825 (28. 10. 2010), 31–33. Dostopno tudi na: [www.gloria.com.hr](http://www.gloria.com.hr).
- [3] Forsythe, R. (1986). *Machine learning*. V: Yazdani, M. (Ed.). *Artificial Intelligence*. London: Chapman and Hall, 205–225.
- [4] Šercar, T. (1988). *Komunikacijska filozofija znanstvenih časopisa*. Zagreb: Globus.

Tvrtko-Matija Šercar